

BUSINESS ENGLISH I [BENG_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: JULIE THOMPSON

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: L'obiettivo è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti, il linguaggio tecnico appropriato, le conoscenze culturali, la fluidità linguistica adeguata a tutte le situazioni in ambienti commerciali: sapersi presentare in inglese, comprendere le diverse fasi della negoziazione, condurre una presentazione, gestire meetings e capire le fasi di una ricerca di lavoro. I corsisti raggiungeranno un livello B2 del Common European Framework.

Prerequisiti

Livello B1/B2 in inglese

Contenuti del corso

Italiano:

1. NETWORKING

Le Presentazioni

Come presentarsi: 'elevator pitch'

Descrivere il progetto: PAPO

Ascolto

Ascolto attivo: 4 tipi di ascoltatori, dimostrare interesse

FACE

Convenevoli

Iniziare una conversazione: 5 aree di esperienze

Evitare le offese: linee di frattura culturali, temi sensibili

2. PRESENTAZIONI

Organizzazione

La struttura della presentazione: la tecnica delle 3 's'

Gestire le domande e interruzioni: la tecnica delle 4 risposte

Preparazione e presentazione

La preparazione: 3 principi chiavi (obiettivi, organizzazione, audience), le tecniche per mantenere l'attenzione del pubblico

Presentazioni: lo stile

Le 6 tecniche di presentazione

Voce, immagine e grafiche

3. MEETINGS

Gestire un meeting di successo

L'agenda

Il verbal

Mantenere il controllo

Meetings: partecipare

Esprimere il proprio punto di vista

Consigli: esprimere la propria opinione

Chiamate in conferenza

Partecipare a conference calls: problemi e consigli

Partecipare alle videoconferenze

4. NEGOZIAZIONI

Negoziazioni internazionali

Presentare la compagnia

Le 5 fasi di una negoziazione: preparare, esplorare, proporre, contrattare, concordare

Negoziazioni: Stile

Preparare e esplorare: le diverse fasi

Proporre e contrattare: le regole

Chiudere la negoziazione

Raggiungere un accordo

Problemi dell'ultimo minuto

5. Ricerca di lavoro

Le fasi
Le competenze per affrontare un colloquio di lavoro

Metodi didattici

Si utilizzerà il cosiddetto metodo comunicativo, svolgendo attività interattive in situazioni comunicative nell'ambiente commerciale. La comprensione avviene attraverso l'interazione attiva degli studenti nella lingua straniera e l'insegnamento si concretizza tramite l'uso di testi in lingua originale.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame orale

Testi di riferimento

Barry Tomlin, Key Business Skills, Harper Collins Publishers

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	3	L-LIN/12
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	L-LIN/12

Stampa del 22/11/2021

BUSINESS ENGLISH II [BENG2_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: JULIE THOMPSON

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

L'obiettivo è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti, il linguaggio tecnico appropriato, le conoscenze culturali, la fluidità linguistica adeguata a tutte le situazioni in ambienti commerciali. I corsisti raggiungeranno un livello B2 del Common European Framework.

Prerequisiti

Livello B1/B2 in inglese

Contenuti del corso

Italiano:

Il cambiamento

Il cambiamento nelle aziende

Gestire le riunioni

Le Organizzazioni

Le diverse strutture delle aziende

Le aziende di successo

La Pubblicità

Vocaboli

Le campagne pubblicitarie

Una campagna di successo

La struttura di una presentazione

Le culture

Cos'è cultura

Le differenze internazionali di culture

'Culture shock'

Le Risorse umane

Vocaboli

La donna e il mondo di lavoro

Ricerca di lavoro

Leadership – la direzione

Caratteristiche del carattere di un leader

Le qualità di leadership

Le presentazioni

Metodi didattici

Si utilizzerà il cosiddetto metodo comunicativo, svolgendo attività interattive in situazioni comunicative nell'ambiente commerciale. La comprensione avviene attraverso l'interazione attiva degli studenti nella lingua straniera e l'insegnamento si concretizza tramite l'uso di testi in lingua originale.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame orale

Testi di riferimento

David Cotton David Falvey Simon Kent, Intermediate MARKET LEADER Business English Course Book, FT Publishing, 3rd Edition

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	3	L-LIN/12
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	L-LIN/12

Stampa del 22/11/2021

CODING [COD_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: FRANCESCO PASSANTINO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Partendo dai principi di base del Pensiero Computazionale, alla fine del corso gli studenti saranno in grado di analizzare un problema informatico, ed implementare l'algoritmo per la sua soluzione, facendo uso del linguaggio di programmazione Python.

Gli ambiti applicativi del linguaggio sono diversi: Big Data, Sentiment Analysis, Data Journalism, Intelligenza Artificiale, Fintech, ecc., per ciascuno di questi saranno indicati e testati i moduli e le librerie specializzate per lo sviluppo di progetti professionali e di ricerca.

Prerequisiti

Non è richiesta alcuna esperienza pregressa nell'ambito dello sviluppo software. Richiesta una buona conoscenza della lingua inglese. Richiesto un computer per le esercitazioni, portatile se la lezione è frontale, su cui sono installati i software (gratuiti ed open source) indicati dal Docente durante le lezioni.

Contenuti del corso

- Principi del Pensiero Computazionale
- Python, storia e ambiti applicativi
- Download, Installazione e avvio
- Panoramica del linguaggio
- Input, Elaborazione, Output
- Variabili, Tipi, Conversioni
- Espressioni, Operatori, Stringhe, Numeri
- La sintassi strutturata a blocchi, Commenti
- Liste, Tuple, Insiemi, Dizionari
- Cicli iterativi e Condizioni
- Funzioni e parametri, Moduli
- Esecuzione, Riga di comando, Argomenti, Interfacce
- Eccezioni, Gestione degli errori
- Librerie, Package Index
- Leggere e scrivere file TXT, CSV, XLS, Json, XML
- Estrazione di dati dalla rete
- Accedere ai database relazionali
- Datascience: Anaconda, Jupyter, SciPy, NumPy, Pandas, Matplotlib
- Python su Raspberry e dispositivi Embed
- Casi di studio: Fintech, Speech Recognition, Machine Learning
- Esercitazioni
- Progetto Finale

Metodi didattici

Lezioni ed Esercitazioni frontali e/o online, secondo quanto disposto dalle norme sul Covid19.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Verifica intermedia basata sulla soluzione di quesiti algoritmici.

Assegnazione di un progetto di Coding, da discutere e verificare durante l'esame finale.

Testi di riferimento

- Documentazione on line
- Materiale didattico fornito dal docente

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	3	INF/01
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	INF/01

Stampa del 22/11/2021

CONTRATTAZIONE DI IMPRESA [CIMP_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: MARIA MADDALENA SEMERARO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Sul terreno didattico, l'insegnamento è finalizzato all'apprendimento delle nozioni essenziali in materia di contrattazione bancaria. L'articolazione del corso in due parti, l'una teorica e l'altra pratica, consente allo studente di acquisire le conoscenze necessarie ai fini della comprensione delle questioni attualmente più dibattute della materia

Prerequisiti

La frequenza del corso presuppone la conoscenza degli istituti del Diritto Privato.

Contenuti del corso

Italiano: Il corso, che si articola in due parti, ha ad oggetto la disciplina dei contratti dell'impresa bancaria, con particolare riguardo al fenomeno del finanziamento. La prima parte, di carattere teorico, verte sulla disciplina generale in materia di contrattazione bancaria, distinguendo tra contratti conclusi con i non consumatori e contratti conclusi con i consumatori. La seconda parte, di carattere pratico, è dedicata allo studio delle principali questioni applicative, in costante raffronto con la giurisprudenza e con gli orientamenti dell'Arbitro bancario e finanziario.

Metodi didattici

Lezioni frontali, problemsolving, simulazione casi.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: L'esame consiste in un colloquio orale finalizzato ad appurare il grado di assimilazione e comprensione del programma svolto a lezione e contenuto nei libri di testo consigliati. L'apprendimento non dovrà essere mnemonico ma critico e dovrà denotare la capacità di proiettare le nozioni teoriche sul piano dell'applicazione pratica.

Testi di riferimento

A. Urbani, L'attività delle banche, 2020, Cedam: Parte I, Cap. III, IV, pp. 33-64; Parte III, Cap. XII, pp. 143-147; Cap. XV, XVI e XVII, pp. 163-212; Cap. XIX, XX e XXI, pp. 239-261; Cap. XXXVI, pp. 441-453.
Per i frequentanti il materiale verrà distribuito a lezione.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	IUS/01

Stampa del 22/11/2021

CORPORATE GOVERNANCE AND STRATEGIC LEADERSHIP [CGSLE_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: GIOVANNI BATTISTA DAGNINO

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: L'insegnamento di Corporate Governance e Strategic Leadership affronta le principali tematiche manageriali, le logiche di base e gli strumenti relativi alla corporate governance. Dal momento che le strategie e le performance delle imprese sono plasmate dai "valori e basi cognitive degli attori di potere" (Hambrick and Mason (1984, p. 193), particolare attenzione viene offerta alle modalità con cui scelte leadership strategica prende le decisioni manageriali più rilevanti per conseguire successo sostenibile. Il principale obiettivo dell'insegnamento è dunque di esplorare le modalità con cui i manager prendono le decisioni, quali sono i limiti alla loro discrezionalità e come essi gestiscono i processi di potere e le relazioni con gli shareholder e gli stakeholder nelle imprese.

Prerequisiti

Nessuna propedeuticità specifica. Tuttavia, si ritiene che lo studio della disciplina e la relativa frequenza in aula siano viepiù efficaci per gli studenti che abbiano già acquisito le principali nozioni di Economia e Gestione delle Imprese e di Finanza Aziendale e che abbiano una conoscenza avanzata della lingua inglese.

Contenuti del corso

Italiano

Nel corso dell'ultimo decennio, l'avvento di numerosi casi di irresponsabilità sociale d'impresa (Enron, Parmalat, Barclays, Tyco e Worldcom) ha riaperto il dibattito sulle "strutture, formali e informali, e sui processi che sottendono all'attribuzione dei ruoli e delle responsabilità nelle imprese" (trad. it. di Hambrick, Werder & Zajac, 2008). Tale dibattito ha messo in luce i limiti di una corporate governance che riflette soltanto gli interessi degli azionisti (shareholders) a dispetto degli altri stakeholder.

L'insegnamento di Corporate Governance e Strategic Leadership presenta una "visione allargata" della corporate governance comprendente tutti "gli interessi che convergono nell'impresa, il funzionamento del consiglio di amministrazione e degli altri processi collegati che contribuiscono a incentivare un'efficiente creazione e un'equa distribuzione di valore fra i vari stakeholder" (Zattoni, 2015). Il corso approfondirà in particolar modo le strutture e l'applicazione dei codici di autodisciplina di diversi paesi europei ed extraeuropei. Particolare enfasi viene attribuita al ruolo della leadership strategica e delle euristiche manageriali (hubris, illusion of control, loss aversion, e così via) che influiscono sull'efficace formulazione e implementazione della strategia d'impresa.

Un esplicito approfondimento sarà dedicato ai temi, fra loro correlati e via via più rilevanti, della governance della sostenibilità e degli ESG (environmental, social and governance issues).

Metodi didattici

- Lezioni anche con l'ausilio di strumenti didattici multimediali;
- analisi e dibattito in aula di case study;
- discussione in aula e analisi (orale e/o scritta) di articoli tratti dai principali quotidiani e magazine finanziari nazionali e internazionali;
- testimonianze in aula di operatori d'impresa.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano:

La frequenza è condizione necessaria per la partecipazione alla prova finale scritta. In particolare, per poter partecipare all'esame scritto lo studente deve frequentare almeno il 75 % delle lezioni. Considerando che durante l'intero percorso formativo si effettuerà un controllo accurato e continuo della comprensione e dell'effettiva acquisizione da parte degli studenti delle conoscenze via via trasmesse, stimolandone una proficua e attiva partecipazione, il docente potrà assegnare delle valutazioni positive che concorrono al voto finale (massimo 3 punti). Tali valutazioni verranno considerate esclusivamente ove la valutazione della prova scritta di fine corso sia positiva (cioè maggiore o uguale a 18/30). Una prova scritta finale riservata agli studenti frequentanti si svolgerà in una data antecedente al primo appello della sessione a chiusura del corso. La prova di fine corso può essere strutturata con: domande aperte; esercizi; domande a risposta multipla; commento di un articolo tratto da un quotidiano o magazine nazionale o internazionale sulle tematiche affrontate durante il corso.

La prova finale potrà essere consistere in parte (con valore di norma non superiore al 50% dell'esame finale) nell'elaborazione e presentazione in aula di un project-work di gruppo (3-5 studenti max) della lunghezza di 20

pagine (font times new roman 12, interlinea 1,5, spazio da giustificazione max cm2,5). Tale project work proporrà la discussione critica approfondita e la presentazione in aula di un analyst report longitudinale (sulla base delle informazioni rese pubbliche negli ultimi 3-5 anni) relativo al posizionamento in termini di comunicazione economico-finanziaria o non finanziaria o alle principali scelte di corporate governance di un'impresa industriale o commerciale, banca o assicurazione quotata in una delle maggiori borse valori.

Gli studenti che non svolgono o superano la prova finale possono sostenere l'esame che si svolge in forma orale nelle date indicate dal dipartimento. Tutti gli argomenti indicati nel syllabus possono essere oggetto d'esame.

Testi di riferimento

- Dispense di "Corporate Governance and Strategic Leadership" a cura del docente.
- Zattoni A. (2020). Corporate Governance. How to Design Good Companies. Bocconi University Press.
- Hitt, M.A., Haynes, K. T., & Serpa, R. (2010). Strategic leadership for the 21st century. Business Horizons, 53, 437-444.

Lecture consigliate:

- Brogi, M. (2016) Corporate governance, Egea, Milano.
- Larcker .D e Tayan B. (2015) Corporate governance matters: A closer look at organizational choices and their consequences, Pearson.
- Lev B. (2012) Winning investors over. Harvard Business Publishing, Boston.
- Dagnino, G. B., Minà, A., & Picone, P. M. (2014). La hubris manageriale quale fonte della irresponsabilità d'impresa: uno studio esplorativo. Sinergie, 141-160.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-P/08

Stampa del 22/11/2021

DEVELOPMENT ECONOMICS AND INSTITUTIONAL CHANGE [DEICH_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: ANTONIO NICITA

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Conoscenza delle teorie economiche dello sviluppo, della relazione tra sviluppo, disuguaglianza e povertà; delle relazioni tra globalizzazione, innovazione; delle politiche di sostenibilità ambientale e di digitalizzazione.

Prerequisiti

Conoscenza scolastica della lingua inglese

Contenuti del corso

Italiano: Il corso tratta i temi dell'economia dello sviluppo ponendo particolare enfasi al ruolo delle istituzioni e del cambiamento istituzionale.

Partendo dai principali approcci teorici al tema dello sviluppo economico, si analizzeranno i temi dello sviluppo sostenibile, della disuguaglianza e delle sue relazioni con la povertà, sia all'interno degli Stati che nel rapporto tra Nord e Sud del mondo, dal dopoguerra fino ai recenti fenomeni di globalizzazione. Particolare attenzione viene posta all'economia delle istituzioni (institutionaleconomics) e all'approccio law and economics. Il primo tema si concentra su teorie istituzionali e quadri teorici progettati per spiegare l'esistenza e l'impatto della variazione istituzionale. Il secondo introduce le nozioni di sviluppo economico e cambiamento strutturale, compreso il ruolo delle tecnologie di uso generale in tale cambiamento. Infine, utilizzando esempi empirici, il terzo tema discute il ruolo delle istituzioni in questi sviluppi. Vengono identificati casi di cambiamento istituzionale ex ante ed ex post, così come casi di variazione istituzionale, complementarità e concorrenza. Vengono identificate l'interazione e la tensione tra sviluppi a diverse scale - globale, nazionale, subnazionale. Tre aspetti tematici saranno approfonditi: le politiche di contrasto alla pandemia, le politiche di sostenibilità ambientale e le politiche di digitalizzazione e uso dei big data.

Metodi didattici

Lezioni frontali; seminari organizzati dagli studenti in classe; testimonianze online di esperti.

Modalità di verifica dell'apprendimento

esame scritto e tesine (facoltative)

Testi di riferimento

N. Boccella e altri, ECONOMIA E SVILUPPO DISEGUALE, Pearson, 2013

M. Delmastro, A. Nicita, BIG DATA, Il Mulino 2019

Ulteriori letture in lingua italiana e in lingua inglese saranno distribuite agli studenti del corso

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/02
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	9	SECS-P/02, SECS-P/02

Stampa del 22/11/2021

DIGITAL STRATEGY AND MARKETING [DSMAR_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: GIOVANNI BATTISTA DAGNINO

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano:

Dagli inizi del nuovo millennio, la diffusione dei nuovi media digitali ha radicalmente cambiato il modello globale di commercializzazione di beni e servizi diffusosi negli anni '90 del secolo precedente. Infatti, a partire dal 2010, la commercializzazione dei beni e dei servizi avviene in gran parte mediante i mercati telematici cui accedono gli utenti connessi in rete per mezzo dei media digitali e dei social network. Si tratta a evidenza della "digitalizzazione dei processi" commerciali e di distribuzione e fruizione dei servizi che, nelle imprese, è definita di norma "digital transformation". L'insegnamento di "Digital Strategy and Marketing" intende fornire agli studenti una conoscenza avanzata degli approcci e delle tecniche fondamentali che riguardano il processo assolutamente inarrestabile di digitalizzazione delle aziende, delle organizzazioni e delle istituzioni e, di conseguenza, l'ottenimento di risultati economici, competitivi e di sviluppo umano e imprenditoriale per tutti gli individui coinvolti. In tale prospettiva, l'insegnamento adotta uno specifico focus strategico alla progettazione e gestione dei processi digitali e contempla un'attenzione particolare sulle attività di digital marketing.

Grazie all'utilizzo di casi di studio, testimonianze dirette di imprenditori, manager, consulenti e professionisti del settore digitale e all'impiego in aula di modelli e tecniche di avanguardia, gli studenti saranno preparati a comprendere e governare processi e risorse caratteristiche dell'era digitale immediatamente spendibili nel mondo del lavoro. Tali competenze fondamentali verranno acquisite mediante l'utilizzo di un approccio sperimentale articolato in tre momenti: momenti teorici, momenti pratici e laboratori progettuali.

A conclusione del percorso formativo, gli studenti saranno in grado di:

- progettare e implementare un piano strategico digitale; e/o
- progettare e implementare un piano di marketing digitale.

Prerequisiti

Nessuno in particolare

Per il miglior accesso a parte del materiale didattico è suggerita la conoscenza applicata della lingua inglese

Contenuti del corso

Italiano:

Parte Prima: Digital Strategy

Digital Transformation & Digital Competition

Dalla Strategia d'impresa alla Digital Strategy

I pilastri della Digital Strategy: come cambia, cosa cambia?

Digital Leadership & Digital Maturity

Digital Media & Digital Strategy: Platform Strategy

Crowdfunding

I limiti della Digital Strategy

Parte Seconda: Digital Marketing

Media Evolution

Dalla Globalizzazione degli anni '80 del '90 alla Globalizzazione Digitale del nuovo millennio

Exchange Markets & Full Stacks

Programmatic Advertising

Analytics

Data Mining & Data Scientist (E-Metrics & Business Intelligence)

SEO (Search Engine Optimization) & SEM (Search Engine Marketing)

SMM (Social Media Marketing)

Digital Marketing: come cambia, cosa cambia?

Metodi didattici

Lezioni anche con l'ausilio di strumenti didattici multimediali.

Analisi e dibattito in aula di case study.

Discussione in aula e analisi (orale e/o scritta) di articoli tratti dai principali quotidiani e magazine di settore nazionali e internazionali.

Esercitazioni scritte in aula su temi rilevanti per l'insegnamento.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: La frequenza è condizione necessaria per la partecipazione alla prova finale scritta. In particolare, per poter partecipare all'esame lo studente deve frequentare almeno il 75 % delle lezioni. Considerando che durante l'intero percorso formativo si effettuerà un controllo accurato e continuo della comprensione e dell'effettiva acquisizione da parte degli studenti delle conoscenze via via trasmesse, stimolandone una proficua ed attiva partecipazione, il docente potrà assegnare agli studenti delle valutazioni positive che concorrono al voto finale (massimo 3 punti). Tali valutazioni verranno considerate esclusivamente se la valutazione della prova scritta di fine corso è positiva (cioè maggiore o uguale a 18). Una prova unica scritta finale riservata agli studenti frequentanti si svolgerà in una data antecedente al primo appello della sessione a chiusura del corso. La prova di fine corso potrà essere strutturata con: domande aperte; esercizi; domande a risposta multipla; commento di un articolo di giornale tratto da quotidiani o magazine nazionali o internazionali sulle tematiche affrontate durante il corso.

La prova finale potrà essere consistere in parte (con valore di norma pari al 50% dell'esame finale) nell'elaborazione e presentazione in aula di un project-work di gruppo (3-5 studenti max), che proponga un piano strategico digitale oppure un piano di marketing digitale applicato a una realtà aziendale (profit o non-profit) specifica e reale. Tale piano potrà essere elaborato dal gruppo di studenti anche con la supervisione, oltre che del docente, di un eventuale tutor aziendale.

Gli studenti che non svolgono o superano la prova finale possono sempre sostenere l'esame in forma orale nelle date indicate nella bacheca del dipartimento. Tutti gli argomenti indicati nel syllabus possono essere oggetto d'esame.

Testi di riferimento

Testi obbligatori

1. Dispense di "Digital Strategy" a cura del docente.
 2. Chaffey D. & Ellis-Chadwick F. (2019). Digital Marketing. Strategy, Implementation and Practice. Pearson
 3. Han, Byung-Chul (2016). Psicopolitica Nottetempo.
 4. Han, Byung-Chul (2015). Nello sciame: visioni del digitale. Nottetempo.
- Lecture consigliate (complementari)
5. Bertoli M. (2012). Web Marketing per le PMI: fare business con SEO, email marketing, Google, Facebook & Co. Hoepli Editore.
 6. Cardile D., Mayer G. e Moder P. (2017) Trasformazione digitale. Strategie e strumenti per le PMI del futuro. Egea, Milano.
 7. Di Fraia G. (2012) Social media marketing: manuale di comunicazione aziendale 2.0. Hoepli Editore.
 8. Dodson I. e Sala V.B. (2016) L'arte del marketing digitale. Guida per creare strategie e campagne di successo, Apogeo.
 9. Maltraversi M. (2016). SEO e SEM: guida avanzata al web marketing. Edizioni LSWR.
 10. https://cmr.berkeley.edu/documents/paper_calls/cmr_special_section_managing_digital_transformation.pdf

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	9	SECS-P/08

Stampa del 22/11/2021

DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA [DCIMP_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: EMANUELE ODORISIO, GABRIELE IACONO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Il corso si propone di affrontare la disciplina della liquidazione giudiziale dell'imprenditore commerciale, analizzandone i profili sostanziali e procedurali. In questo contesto vengono anche inquadrare le procedure concorsuali alternative alla liquidazione giudiziale, ponendo in luce la posizione che esse occupano nel sistema.

Contenuti del corso

Italiano: 1. Ambito di applicazione della nuova disciplina della crisi e dell'insolvenza. Definizioni di crisi, insolvenza e sovraindebitamento. 2. Le norme "manifesto": gli obblighi dei soggetti che partecipano alla regolazione della crisi e dell'insolvenza. 3. Principi di carattere processuale. Il procedimento unitario. 4. Le procedure di allerta e composizione assistita della crisi. 5. Gli strumenti negoziali stragiudiziali. Gli strumenti negoziali stragiudiziali soggetti ad omologazione. 6. Le procedure di composizione delle crisi da sovraindebitamento. 7. La liquidazione giudiziale. 8. L'esdebitazione. 9. La liquidazione coatta amministrativa. 10. I gruppi nella disciplina della crisi e dell'insolvenza. 11. Le società nel codice della crisi e dell'insolvenza.

Metodi didattici

L'attività didattica si articola in lezioni frontali nel corso delle quali non mancherà l'analisi della giurisprudenza, con la lettura ed il commento delle relative decisioni, e lo studio dei principali atti delle procedure concorsuali.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: La verifica dell'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento è affidata ad un esame finale orale. Attraverso una serie di domande relative a punti cruciali del programma, si tende ad accertare la sufficiente conoscenza e capacità di comprensione acquisita dal candidato, il grado effettivo di maturità critica, la capacità di risolvere problemi giuridici particolari, la correttezza, chiarezza ed efficacia dell'esposizione (con speciale riguardo all'uso appropriato di termini tecnici). Se lo studente dimostra tale sufficienza, il livello di verifica viene approfondito sia con riferimento ai risvolti dei singoli argomenti, sia e soprattutto con riguardo ai collegamenti sistematici tra di essi. Ove lo studente dimostri in tal modo di possedere la padronanza della materia, gli vengono assegnati i punteggi più elevati. Essendo l'arco della votazione espresso in trentesimi, la soglia di sufficienza si colloca sui 18/30; i voti più elevati vanno da 27 a 30/30; in caso di esame particolarmente brillante, la commissione aggiunge al massimo dei voti la lode.

Per gli studenti frequentanti almeno il 70% delle lezioni è prevista una prova intermedia.

Testi di riferimento

G. Fauceglia, Il nuovo diritto della crisi e dell'insolvenza, Giappichelli, Torino, ultima edizione.

Gli studenti frequentanti potranno utilizzare per lo studio insieme al manuale anche le slides proiettate durante le lezioni.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	IUS/15, IUS/15

Stampa del 22/11/2021

DIRITTO SOCIETARIO [DSOC_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: GIUSEPPE SEIDITA

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Il corso ha carattere istituzionale e si prefigge di far apprendere agli studenti gli elementi essenziali per la conoscenza del diritto delle società, anche con riferimento ai principali orientamenti dottrinali e giurisprudenziali sui temi di maggior rilievo.

Prerequisiti

Conoscenza lingua inglese

Contenuti del corso

Il corso si propone di affrontare i principali temi del diritto societario, e, segnatamente:

Le società. Società di persone e società di capitali.

Società semplice, società in nome collettivo. Società in accomandita semplice.

Società per azioni: costituzione, nullità, conferimenti. I patti parasociali.

Le azioni. Le obbligazioni. Gli strumenti finanziari partecipativi e i patrimoni destinati ad uno specifico affare. Il bilancio.

Organizzazione e funzionamento della s.p.a. Sistema tradizionale. Assemblea e organo amministrativo. I controlli.

Sistemi alternativi di amministrazione e controllo: il sistema dualistico. Consiglio di gestione e consiglio di sorveglianza. Il sistema monistico. Il comitato di controllo sulla gestione.

Le modificazioni statutarie. Le operazioni sul capitale.

Direzione e coordinamento di società nella riforma del diritto societario.

La società in accomandita per azioni.

Società a responsabilità limitata. Costituzione e struttura. Modificazioni statutarie. Gli amministratori. I conflitti di

interessi. I conferimenti. I finanziamenti dei soci. La liquidazione della quota. L'azione sociale di responsabilità.

Trasformazione, fusione e scissione.

Metodi didattici

Il corso consisterà in lezioni frontali con la costante utilizzazione del testo di legge. Gli studenti dovranno servirsi dell'impiego di un Codice civile aggiornato con leggi collegate.

Eventuali seminari di approfondimento saranno segnalati durante il corso.

E' vivamente consigliata la presenza alle lezioni.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Gli esami si svolgeranno in forma orale.

Testi di riferimento

M. CIAN, Manuale di Diritto Commerciale, III Edizione, Giappichelli Editore, 2019, da pag. 307 a pag. 674 (con esclusione da pag. 640 a pag. 656)

In alternativa

CAMPOBASSO, Manuale di diritto commerciale, VII edizione, Utet giuridica, 2017.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
------------	-------------------------------	----------	---------	--------

Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	IUS/04
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	IUS/04

Stampa del 22/11/2021

DIRITTO TRIBUTARIO DELL'IMPRESA E DEL TERZO SETTORE [DTTSE_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: ALESSANDRO DAGNINO

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: L'insegnamento mira a fornire gli strumenti cognitivi ed interpretativi della materia.

Lo studente deve acquisire:

- la conoscenza dei principi e delle norme tributarie applicabili alle attività d'impresa e del terzo settore;
- essere in grado di comprendere processi e analizzare informazioni da una varietà di fonti;
- avere la capacità di apprendere e aggiornarsi;
- essere in grado di lavorare autonomamente, identificare, porre e risolvere i problemi;
- essere in grado di applicare le conoscenze acquisite a casi pratici che si verificano nella vita professionale.

Contenuti del corso

Italiano:

Le attività economiche nel sistema impositivo: impresa e terzo settore

Il sistema di tassazione nelle imposte sul reddito

L'IRES

L'IRPEF

La tassazione del reddito transnazionale

L'IVA

La disciplina fiscale dei gruppi societari

L'IRAP

Operazioni straordinarie, liquidazione e fallimento nelle imposte sui redditi

Metodi didattici

Lezioni frontali in aula e verifica in itinere dell'apprendimento attraverso momenti di interazione in aula.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano:

Accertamento del processo di apprendimento: Gli studenti sono invitati a svolgere dei compiti a casa e a partecipare a discussioni su esempi concreti. La partecipazione attiva è stimolata anche da brevi sessioni di Domande e Risposte

Accertamento dei risultati di apprendimento: Esame Orale

Lo studente deve dimostrare la conoscenza acquisita rispondendo, di regola, a 3 domande relative agli argomenti del programma.

Gli studenti saranno valutati sulla capacità di discutere i principali argomenti del corso

Testi di riferimento

L. Salvini (a cura di), Diritto tributario e attività economiche, Giappichelli, ultima edizione

oppure

G. Melis, Manuale di diritto tributario, Giappichelli, ultima edizione, parti III, IV e V.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	IUS/12

Stampa del 22/11/2021

ECONOMIA DEI GRUPPI E BILANCIO CONSOLIDATO [EGBCO_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: FRANCESCA COSTANZA

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano:

Il corso si prefigge i seguenti obiettivi formativi:

- fornire una panoramica delle tematiche economico-aziendali relative ai gruppi aziendali;
- esaminare i fondamenti teorici e le fasi del processo di formazione del bilancio consolidato secondo i principi contabili nazionali e internazionali, sottolineando analogie e differenze;
- supportare gli studenti nella compilazione dei bilanci consolidati di gruppo attraverso adeguati strumenti teorici e pratici.

Prerequisiti

Economia aziendale, Contabilità e bilancio.

È inoltre gradita la conoscenza della lingua inglese (lettura e comprensione testi).

Contenuti del corso

Italiano:

Dopo una disamina delle principali tematiche economico-aziendali relative alla costituzione e al funzionamento dei gruppi aziendali, la docente fornirà gli strumenti teorici e pratici per la redazione e l'interpretazione del bilancio consolidato di gruppo.

Il corso è dunque suddiviso in due moduli:

MODULO 1. Economia dei gruppi aziendali

- Fondamenti teorici delle aggregazioni aziendali
- La nozione di gruppo nella dottrina giuridica ed economico-aziendale
- Caratteri distintivi e possibili classificazioni dei gruppi aziendali
- Motivazioni alla base della formazione dei gruppi
- Modalità di formazione dei gruppi aziendali
- Economicità dei gruppi aziendali
- Il ruolo dei prezzi di trasferimento
- Tutela delle minoranze societarie e dei terzi

MODULO 2. Bilancio consolidato:

- Normativa sul bilancio consolidato
- Metodi di consolidamento delle partecipazioni
- Teorie di consolidamento (entity theory, property theory, parent company theory, modified parent company theory)
- Il processo di formazione del bilancio consolidato secondo i principi contabili nazionali
- Il processo di formazione del bilancio consolidato secondo IAS/IFRS
- Esercizi su redazione di bilanci consolidati

Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni e svolgimento di lavori di gruppo, analisi di testi di letteratura scientifica e professionale.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta e prova orale. Durante il corso verranno svolte due prove intermedie scritte. La valutazione sarà espressa in trentesimi.

Testi di riferimento

Paoloni M., Celli M., Dall'economia d'azienda all'economia dei gruppi aziendali, Giappichelli, Torino, 2011.

Prencipe, A., Tettamanzi, P., Mancini, C., Bilancio consolidato, Egea, Milano, 2017.

Materiali didattici integrativi saranno forniti dalla docente durante il corso e resi disponibili su apposita piattaforma web.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/07

Stampa del 22/11/2021

ECONOMIA E BILANCIO DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI [EBPAM_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: ROBERTO AGNELLO

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano:

Fornire una preparazione completa che consenta agli studenti di acquisire una visione ampia sulla normativa e sulle tecnico-operative regole di natura amministrativa e gestionale nella pubblica amministrazione.

Favorire lo sviluppo di competenze e conoscenza afferenti aspetti di gestione economica, per facilitare un inserimento lavorativo in diverse aree del settore pubblico.

Prerequisiti

Conoscenza dei principi base di economia aziendale, dei principi contabili, della ragioneria (contabilità e bilancio) e di diritto pubblico.

Contenuti del corso

Italiano:

L'insegnamento prevede lo studio delle norme generali sulla gestione economica, amministrativa e di controllo della pubblica amministrazione: leggi, principi contabili, sistemi di controllo interno, organi di controllo esterni, patrimonio; ecc.

L'insegnamento prevede uno studio approfondito delle tecniche di contabilità del settore pubblico e dei suoi scopi: il processo sistematico diretto a registrare, comunicare, riassumere, analizzare e interpretare i bilanci del settore pubblico; le proprietà tipiche delle transazioni contabili e la loro conformità con la legge, le norme e i regolamenti stabiliti; come si misura la performance attuale della pubblica amministrazione; come si ottengono le informazioni utili per un controllo efficiente e una gestione efficace delle operazioni governative.

Inoltre, l'insegnamento prevede la trattazione di casi pratici su Enti e Società operanti in specifici settori della pubblica amministrazione.

Metodi didattici

Lezioni frontali, simulazione di casi pratici, esercitazioni e test di apprendimento, testimonianze.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova orale. La valutazione sarà espressa in trentesimi.

Testi di riferimento

Quaderni didattici appositamente predisposti e messi a disposizione dal docente.

"Manuale di Contabilità di Stato e degli Enti Pubblici" edizione Simone.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/07
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-P/07

Stampa del 22/11/2021

ECONOMIA E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI [EVBCU_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: MASSIMO VALSECCHI, VALENTINA BRUSCHI

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano:

Gli obiettivi del corso sono quelli di rispondere all'esigenza, sempre più avvertita a livello nazionale e internazionale, di figure professionali che operino in una prospettiva attuale della valorizzazione dei Beni Culturali. Il corso offre l'integrazione delle conoscenze economiche dei partecipanti con gli aspetti storici e gestionali del patrimonio culturale, così da fornire gli strumenti più idonei per valorizzare al meglio i Beni Culturali affidati alla cura dei diversi enti pubblici o privati.

La finalità dell'insegnamento è di fornire agli studenti una formazione di base e un'adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici generali sul tema dell'Economia e della Valorizzazione di Beni Culturali, l'acquisizione di specifiche competenze riguardanti il panorama ampio nel quale queste si possano applicare, dai beni culturali tradizionali, a quelli intangibili, fino al più complesso aspetto del paesaggio culturale.

A conclusione del corso, oltre alle competenze relative alla gestione delle organizzazioni pubbliche e private attive nel settore dei Beni Culturali, gli studenti avranno assorbito anche nozioni relative al management di questo settore, con un approfondimento sul ruolo fondamentale che oggi ha la comunicazione, soprattutto quella digitale, nella progettazione e realizzazione dei servizi.

Con riferimento ai diversi ambiti della ricerca, gli studenti avranno appreso quelle competenze necessarie per operare come professionisti presso istituzioni ed enti pubblici e privati preposti alla tutela e alla gestione dei beni culturali e altresì del turismo culturale.

Prerequisiti

Inglese

Contenuti del corso

Italiano:

Il corso, Economia e Valorizzazione dei Beni Culturali, si propone di trattare e approfondire la disciplina esaminando i fondamenti teorici, le forze competitive e le prospettive economiche del settore all'interno del bilancio del nostro Paese. Oggi c'è una maggiore consapevolezza del fatto che, specialmente in Italia e, in generale, nell'area euro-mediterranea, l'insieme dei Beni Culturali rappresentano una risorsa, risultato della mediazione tra culture differenti, che hanno generato combinazioni uniche e sincretismi di indiscusso valore artistico. La particolarità delle imprese di questo settore comporta la necessità di approfondire le tematiche di gestione alla luce delle specifiche caratteristiche delle imprese culturali; la peculiarità dei prodotti di tali imprese impone la necessità di fornire un'introduzione agli strumenti storico, artistici e estetici necessari per la comprensione dei prodotti, delle loro caratteristiche e delle loro specificità che vanno ben oltre alla pura dimensione economica.

La sostenibilità economica nella gestione dei Beni Culturali è un tema fondamentale per le istituzioni culturali, e le diverse crisi finanziarie degli ultimi anni hanno determinato, soprattutto in Europa, una lenta ma inesorabile riduzione dei fondi pubblici e una maggiore attenzione delle imprese private ad elargire contributi e sponsorizzazioni attraverso politiche di defiscalizzazione. Oltre agli aspetti economici, le istituzioni culturali di tutto il mondo si interrogano sul proprio ruolo e su come definire, misurare e comunicare il proprio valore culturale e sociale.

Tra le strategie oggi fondamentali c'è, ovviamente, la comunicazione che è diventata sempre di più esclusiva del digitale e dei social network. Attraverso casi studio si analizzeranno delle specificità del linguaggio visuale tra storytelling, interazione e immersività; dell'oggetto della comunicazione (il Bene Culturale) nelle relazioni con il medium, le tipologie di luoghi (musei contenitori e musei virtuali, siti archeologici e architetture monumentali, spazio urbano e musei diffusi) e l'efficacia del progetto di comunicazione nel breve, medio e lungo periodo. Questo argomento verrà inquadrato anche nell'eccezionale contesto che le istituzioni culturali si sono trovate ad affrontare nel drammatico momento storico del coronavirus.

Verrà esaminato il mercato dell'arte nei suoi aspetti economici e nei suoi settori di supporto. In particolare verrà studiata la divisione del mercato in due segmenti (primario e secondario), l'arte come investimento finanziario, i risultati economici del mercato dell'arte, il funzionamento delle case d'asta e delle fiere d'arte sia in relazione ai singoli mercati di riferimento che al ruolo dei mercati emergenti.

Dopo le lezioni di introduzione generale in cui verranno illustrati i soggetti del sistema culturale e nelle quali verranno fatti degli esempi di alcuni eventi nati per la valorizzazione di territori specifici attraverso l'analisi di alcune delle esperienze modello in campo nazionale ed internazionale, come i siti UNESCO, la Biennale Europea Manifesta, il Fondo per l'Ambiente Italiano, il corso esaminerà, in particolare, il modello di Palazzo Butera – Centro

di arte e cultura, come progetto sperimentale di rinnovamento di un sistema territoriale, che passa dalla riqualificazione di un edificio del Settecento sito in uno dei quartieri storici simbolo di Palermo, nell'ottica della rigenerazione urbana che, dal centro del Mediterraneo, può sviluppare notevoli potenzialità culturali.

Metodi didattici

Oltre alle lezioni frontali (in aula), il corso prevede una serie di 4 laboratori a Palazzo Butera (frequenza consigliata ma non obbligatoria) e una sessione di testimonianze di operatori culturali (in aula e online).

Modalità di verifica dell'apprendimento

relazione scritta su un argomento da concordare e esame orale

Testi di riferimento

Capitoli selezionati da:

M. E. Colombo, Musei e cultura digitale. Fra narrativa, pratiche e testimonianze, Editrice Bibliografica, Milano, 2020

L. Solima, Management per l'impresa culturale, Carocci editore, Roma, 2018 (2° ristampa, 2020)

A. Zorloni, L'Economia dell'arte contemporanea. Mercati, strategie e star system, Edizioni Franco Angeli, 2011

Le indicazioni bibliografiche sui capitoli verranno fornite durante il corso delle lezioni insieme ad ulteriori articoli di approfondimento.

Letture consigliate per un approfondimento sul mercato dell'arte contemporanea:

A. Crespi, Ars Attack. Il bluff del contemporaneo, 2013, Johan & Levi ed., Milano;

D. Thompson, Lo squalo da 12 milioni di dollari. La bizzarra e sorprendente economia dell'arte contemporanea, 2009, ed. Mondadori, Milano;

S. Thorton, Il giro del mondo dell'arte in sette giorni, 2009, ed. Feltrinelli, Milano.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-P/01, SECS-P/01

Stampa del 22/11/2021

EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITA' [EIMP_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: COSIMO COSTA

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Comprendere le ragioni che stanno alla base del funzionamento e dello sviluppo dell'educazione imprenditoriale. Focalizzare le differenti dimensioni che compaginano la persona al fine di sviluppare le competenze necessarie per identificare opportunità di impresa ed attuarle concretamente. Iniziare alla giusta scelta per accrescere la motivazione all'iniziativa, al lavoro di gruppo e personale, allo spirito imprenditoriale e allo sviluppo delle risorse locali. Conoscere alcuni temi riguardanti il concetto di imprenditorialità per acquisire consapevolezza sulle proprie capacità professionali e sull'esercizio della propria funzione.

Contenuti del corso

Italiano: L'educazione imprenditoriale nella sua definizione concettuale e nell'evoluzione delle sue funzioni. Le diverse dimensioni della persona rilette nel complesso mondo dell'imprenditorialità. Le dinamiche dell'intenzionalità e della scelta nella loro forma responsabile, consapevole e motivata. Il significato della professione in rapporto ai dinamismi della relazione e della comunicazione.

Metodi didattici

Le attività di apprendimento previste dal corso saranno sviluppate attraverso lezioni frontali con l'ausilio di mappe concettuali, sintesi schematiche e video. Saranno favoriti interventi e brevi dibattiti sui temi di volta in volta affrontati.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: L'esame sarà orale e valuterà la conoscenza dei contenuti del corso, l'adeguatezza del lessico e la precisione terminologica, la correttezza dei riferimenti ai testi del corso, la chiarezza concettuale ed espositiva, la capacità di rielaborazione critica, la rilevanza di approfondimenti personali.

Testi di riferimento

Frequentanti:

- V. Caggiano, Educazione imprenditoriale, Anicia, Roma 2012.
- Marco Aurelio, Ricordi, BUR, Milano 2004 (parti scelte)
- C. Costa (a cura di), Relazione Comunicazione Libertà, Anicia, Roma 2019 (parti scelte)

Non frequentanti: Non sono previsti testi aggiuntivi per gli studenti non frequentanti

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	M-PED/01

Stampa del 22/11/2021

FINANZA ETICA [FETI_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: UMBERTO DI MAGGIO

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

L'insegnamento si propone di fornire la conoscenza della finanza etica a partire dall'utilizzo delle diverse forme di moneta, credito e debito nella storia ed le relative implicazioni socio-economiche negli stili di vita e nei consumi di consumatori ed imprese.

Prerequisiti

Rispetto delle propedeuticità come da Regolamento del Corso di Laurea.

Contenuti del corso

Forme monetarie nella storia; Valore sociale del denaro; Alfabetizzazione finanziaria; Finanza comportamentale, distorsioni cognitive, percezione del rischio e comportamenti collettivi; Finanzcapitalismo; Crisi finanziarie; Sofisticazione della finanza; Criminalità economica-finanziaria; Aspetti economici e regolamentari delle crypto-attività; Consumo, risparmio, rimesse dei migranti; Condizioni finanziarie delle famiglie europee; Fragilità e resilienza finanziaria; La finanza etica e sostenibile; Microcredito in Italia e nel Mezzogiorno; Fondi etici; Banche di credito cooperativo; Finanza cooperativa e sviluppo locale; Monete complementari; Finanza etica nella dottrina sociale.

Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni, seminari, case studies. Durante lo svolgimento saranno organizzati incontri di approfondimento con esperti accademici e professionisti del sistema economico-finanziario.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto e/o orale. Saranno possibili verifiche intermedie, esercitazioni e/o la richiesta di tesine su taluni argomenti del corso o su case studies specifici.

Agli studenti frequentanti verrà fornita una selezione di materiali didattici a cura del docente. Gli studenti non frequentanti dovranno, invece, concordare singolarmente con il docente i testi, articoli scientifici e materiali didattici vari che saranno poi oggetto d'esame.

Per gli studenti frequentanti è prevista - prima dell'esame orale - una prova scritta propedeutica. Tale prova di fine corso potrà constare di un quiz a risposta chiusa o aperta, nella redazione di una tesina sugli argomenti inseriti nel syllabus e/o nel commento ragionato ad un articolo o di una parte di un testo. Il superamento con profitto della prova propedeutica consente agli studenti frequentanti di accedere all'esame finale con il programma riservato agli studenti frequentanti che tiene conto del materiale didattico utilizzato a lezione. In caso contrario lo studente dovrà concordare con il docente un programma specifico d'approfondimento. Il voto finale prende in considerazione complessivamente: la competenza espositiva, la capacità critica ed il grado di apprendimento degli argomenti della materia. Concorre alla valutazione positiva anche l'interesse ed coinvolgimento che lo studente dimostra durante l'intero svolgimento dell'insegnamento.

Testi di riferimento

Riferimenti bibliografici e materiali didattici verranno forniti dal docente nel corso dell'insegnamento.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/11
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-P/11

Stampa del 22/11/2021

FINTECH [FINT_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: DARIO IGNAZIO MARINO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Il Laboratorio avrà la finalità di fornire una panoramica sul fenomeno e sulla terminologia utilizzata nel Fintech. Si affronteranno le principali tematiche, le logiche di base e gli strumenti relativi.

Contenuti del corso

Italiano: Il laboratorio si comporrà di una parte teorica ed una pratica. Partendo dalla rivoluzione tecnologica degli ultimi anni e dalla spinta al digitale derivante dal fenomeno COVID-19 si analizzeranno i principali fenomeni di finanza alternativa e del fintech.

Nel dettaglio, partendo dalla terminologia, si analizzerà come la rivoluzione tecnologica, regolamentare e la pandemia COVID-19 hanno portato delle imponenti trasformazioni e accelerazioni nel mondo finanziario coinvolgendo i principali attori: imprese, operatori finanziari, consumatori e investitori. Si sono così da un lato digitalizzati strumenti e processi, dall'altro sono emersi nuovi fabbisogni, strumenti e servizi che hanno iniziato a modificare, in maniera ormai permanente, il panorama finanziario e il comportamento degli attori coinvolti.

Si proseguirà analizzando fenomeni oggettivi, quali l'elevata mole di dati oggi disponibili tramite internet e reti intranet, l'incremento della potenza di calcolo dei computer attuali e l'interconnessione tra gli stessi e si analizzeranno concetti quali:

- machine learning e intelligenza artificiale (es. lettura e riclassificazione di bilancio o analisi movimentazione conto corrente per trend o abitudini di consumo e/o risparmio)
- blockchaine criptovalute
- alternative finance: peer to peer lending; crowdfunding; online invoice trading; on line leasing; ecc.
- sistemi di pagamento immediato: ecommerce; WeChatPay, ecc.
- regolamentazione PSD2 e impatti sul mercato
- nuovi modelli di business model per banche e operatori finanziari (es. Illimity, Qonto, N26, Oval, ecc.) approfondendo tipologia servizi, operatori coinvolti e relative piattaforme.

Metodi didattici

Lezioni teoriche, presentazioni di casi aziendali anche con intervento degli studenti mediante progetti di gruppo, utilizzo di app e piattaforme web.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: La frequenza è una condizione necessaria per la partecipazione alle prove, esercitazioni e al colloquio finale. In particolare, per poter partecipare all'esame lo studente deve frequentare almeno il 65% delle lezioni.

Considerando che durante l'intero percorso formativo si effettuerà un controllo accurato e continuo della comprensione e dell'effettiva acquisizione da parte degli studenti delle conoscenze via via trasmesse, stimolandone una proficua ed attiva partecipazione, il docente potrà assegnare agli studenti delle valutazioni positive attraverso dei lavori di gruppo o individuale che concorrono al voto finale o al giudizio sintetico.

Gli studenti che non svolgono o superano le prove possono sostenere l'esame che si svolge in forma orale nelle date indicate dal dipartimento. Tutti gli argomenti indicati nel syllabus possono essere oggetto d'esame.

Testi di riferimento

#Fintech Expert. Contro il logorio della banca moderna di Giancarlo Giudici, Fabrizio Villani, ed. Franco Angeli. Materiale didattico a cura del docente.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e	3	SECS-P/09

Magistrale Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	consulenza Management	3	SECS-P/09
---	------------------------------	--------------------------	---	-----------

Stampa del 22/11/2021

INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP [IENT_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: ANNA MINA'

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: L'obiettivo di fondo dell'insegnamento "Innovation and Entrepreneurship" è fornire ai discenti un quadro complessivo sulle condizioni che sostengono il successo di un progetto innovativo e/o di una start up innovativa. Al termine del corso, lo studente avrà potenziato le sue capacità imprenditoriali e le principali euristiche cognitive per svolgere efficacemente le attività d'impresa, con riferimento particolare alle start-up innovative.

Prerequisiti

Conoscenza base di Economia e Gestione delle Imprese
Comprensione scritta di testi in lingua inglese

Contenuti del corso

Italiano: L'insegnamento di Innovation and Entrepreneurship del corso magistrale in "Economia e Management" esamina e discute le categorie teorico-concettuali nell'ambito imprenditoriale e strategico-gestionale relative all'innovazione. L'insegnamento è articolato in due moduli principali strettamente interconnessi.

Il primo modulo focalizzato sulla gestione strategica dell'innovazione presenta i processi decisionali sottesi alla formulazione e all'implementazione della strategia innovativa d'impresa. In particolare, si analizzeranno le dinamiche di settore e l'innovazione tecnologica (i principali drivers e processi innovativi sia nelle imprese start-up sia in established firm). Inoltre, il modulo si focalizza sui tipi di innovazione con un particolare focus sul ruolo della open innovation. Infine, sulla scorta del contributo di D'Aveni, si esporranno le sfide legate alla gestione strategica innovazione tecnologica nell'era della ipercompetizione. In particolare, si discuterà l'importanza della strategie di collaborazione tra i competitor e la protezione dell'innovazione.

Il secondo modulo focalizzato su strategic entrepreneurship. Esso propone un'analisi del ruolo dell'imprenditore per il successo e lo sviluppo dell'impresa. Quindi, si presenterà il cd. entrepreneurial mindset come elemento cruciale per la competizione nel XXI secolo. In tale prospettiva, si analizza il costrutto di entrepreneurial mindset sia a livello individuale (con riferimento alle euristiche e ai bias cognitivi) sia a livello organizzativo. Un elemento chiave del dibattito sarà l'affermazione della social entrepreneurship. Il corso mira altresì a fornire ai discenti, alla luce dell'analisi delle funzioni aziendali di finanza e marketing, gli elementi per sviluppare un business plan efficace.

Metodi didattici

Lezioni anche con l'ausilio di strumenti didattici multimediali; analisi e dibattito in aula di case study in forma scritta o di video; discussione in aula e analisi (orale e/o scritta) di articoli tratti dai principali quotidiani nazionali e internazionali sulle tematiche del corso; eventuali testimonianze in aula di imprenditori e manager del mondo digitale.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano:

Prova di fine corso che comprende domande a risposta aperta ed esercizi applicativi coerenti con il programma e con le esercitazioni effettuate durante il corso e riportate nei libri di testo

Si prevede la redazione di un business plan in gruppo di massimo 3 studenti la cui valutazione positiva (50%) concorre alla formazione della valutazione finale dell'esame.

L'esame che si svolge in forma orale nelle date indicate nella bacheca del Dipartimento. Tutti gli argomenti indicati nel syllabus possono essere oggetto d'esame.

La prova orale può essere sostenuta (in via integrativa e facoltativa) soltanto se si è superata, con voto almeno sufficiente, la prova scritta. Essa può comportare una votazione nel range da zero a due punti suppletivi rispetto al voto conseguito nell'esame scritto.

L'esame orale è diretto ad accertare:

- il grado di conoscenza del programma d'esame;
- la comprensione delle dinamiche inerenti la disciplina;
- la padronanza del linguaggio e la capacità d'uso degli strumenti logici e applicativi.

La valutazione sarà espressa in trentesimi. Per i frequentati potrebbe essere previsto lo svolgimento di una prova intermedia scritta durante il corso. Sia lo svolgimento della prova intermedia, sia la loro modalità, che le modalità di svolgimento dell'esame potranno essere soggette a modifica in virtù delle possibili evoluzioni dei protocolli di sicurezza anti-Covid. Durante il corso saranno fornite in maniera tempestiva e dettagliata tutte le informazioni necessarie per affrontare in maniera consapevole la prova di esame.

Testi di riferimento

- Schilling M. (2017). Strategic Management of Technological Innovation (5th edition). McGraw-Hill Textbook. I capitoli oggetto di esame sono i seguenti: 2, 3, 8, 9.
- Kuratko, D. F. (2017-2020). Entrepreneurship: Theory, process, and practice. Cengage Learning. I capitoli oggetto di esame sono i seguenti: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12.

Gli studenti sono tenuti a consultare assiduamente la pagina web del docente sul sito LUMSA per avere accesso al materiale didattico integrativo ed eventuali comunicazioni del docente.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	9	SECS-P/08
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	9	SECS-P/08

Stampa del 22/11/2021

LEADERSHIP DEVELOPMENT [LDEV_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: CLEO LI CALZI

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Le profonde mutazioni nei sistemi economici - sempre più condizionati da volatilità, incertezza, complessità ed ambiguità - concorrono a rendere fondamentale e necessario lo sviluppo di leadership in grado di orientare il lavoro ma anche di affermare un nuovo protagonismo nell'ecosistema delle relazioni. Leadership generative, ovvero leadership capaci di creare valore e generare azioni di cambiamento sociale ed economico.

Il nuovo modello di leadership diffusa, contrapposta alle teorie classiche sulla figura del leader solo, promuove lo sviluppo di organizzazioni sempre più people-centered e basate sul benessere organizzativo. Leadership capaci di affrontare la complessità e guidare il cambiamento.

Avere una visione e la capacità di contestualizzare l'innovazione, nel sistema organizzativo e nel modello di business, è di fondamentale importanza per qualsiasi organizzazione.

La leadership è il processo che porta a costruire una squadra motivata ad agire per raggiungere un obiettivo comune e condiviso. La leadership deve quindi possedere la capacità di ispirare gli altri e promuovere la collaborazione ma soprattutto organizzare il lavoro in funzione del benessere organizzativo.

La leadership è in grado di generare influenza positiva, attraverso un approccio empatico, e mediante l'utilizzo di metodi quali la risonanza, l'assertività, la persuasività, la comunicazione efficace, la gestione dei conflitti, la responsabilità all'azione e la creazione di obiettivi comuni.

Lo sviluppo della leadership si traduce nella capacità di orientare il lavoro al risultato, gestire sistemi complessi integrando fiducia e responsabilità, favorire la diversity inclusion e costruire ambienti di lavoro che favoriscano l'innovazione tecnologica ed organizzativa.

La leadership generativa crea valore attraverso lo stake engagement ed il team engagement. Questo approccio arricchisce il sistema di competenze manageriali con un focus sul "care", migliorando l'efficacia relazionale e promuovendo la capacità decisionale e di influenza generativa del sistema.

Il corso, di natura pragmatica, si pone l'obiettivo di sviluppare le abilità dell'intelligenza emotiva applicandole a sviluppare performanti capacità di leadership.

Lo sviluppo di leadership riguarda la costruzione di una capacità di organizzare sistemi di lavoro che esaltano il valore della persona e della relazione, capaci di generare sistemi basati sul mix di fiducia e responsabilità, modelli di lavoro innovativi basati sulla delega e orientati al risultato, ambienti di lavoro che favoriscano innovazione tecnologica ed organizzativa.

Contenuti del corso

Il percorso formativo sviluppa la leadership generativa su più aree di lavoro, integrando i principi delle neuroscienze, della scienza del sé, dell'economia sociale.

Il corso tratterà nello specifico, alternando teoria e sperimentazione, i seguenti argomenti;

Modulo 1: Change Management e Leadership

- 1) Cosa è la Leadership
- 2) Innovazione e Cambiamento
- 3) Guidare il cambiamento
- 4) Cambiamento: adattivo o intenzionale ?
- 5) Attitudini distintive della Leadership

Modulo 2: Intelligenza emotiva per la Leadership

- 1) Strategic skills: competenze abilitanti
- 2) Le 4 forme dell'intelligenza
- 2) Intelligenza Emotiva – il modello Goleman
- 4) Consapevolezza e gestione di sé
- 5) Consapevolezza sociale e gestione relazioni sociali

Modulo 3: Competenze abilitanti per la Leadership

- 1) Il Triangolo delle Competenze
- 2) Il processo di influenza
- 3) Lo schema dell'assertività
- 4) Gestione del tempo: la matrice di Eisenhower/Covey
- 5) Negoziazione e Delega

Modulo 4: Comunicazione efficace

- 1) Gli assiomi della Comunicazione (Schema di Wazlawick)

- 2) La relazione comunicativa
 - 3) Gli stili di comunicazione per la Leadership
 - 4) Ascolto attivo e tecniche di comunicazione assertiva
- Modulo 5: Modelli e Stili di Leadership
- 1) Risonanza e Dissonanza della Leadership
 - 2) Leadership IE - schema di Goleman
- Modulo 6: Modelli e Stili di Leadership
- 1) Leadership situazionale - schema di Heifetz-Linsky
 - 2) Leadership adattiva - schema di Hershey-Blanchard
- Modulo 7 - Growth Mindset per la Leadership
- 1) Mindset statico e dinamico: Il modello di Carol Dweck
 - 2) Growth Mindset : la mentalità della Leadership
 - 3) Feedback - la finestra di Johari
 - 4) Sfide, Impegno, Ostacoli, Paragoni: strumenti di crescita
 - 5) Teoria ad U di O. Scharmer
- Modulo 8 - Leadership generativa – ripensare le organizzazioni
- 1) Leadership generativa/trasformativa
 - 2) Cultura organizzativa people-centered
 - 3) Sviluppare Benessere Organizzativo
 - 4) Engagement ed Empowerment
 - 5) Il modello della Respons-Ability
 - 6) Il modello del cambiamento intenzionale di Boyatzis
- Modulo 9 - Competenze abilitanti per la Leadership
- 1) Le competenze per <orientare> la Leadership
 - 2) Il modello Inside-Out
 - 3) Costruire motivazione - il modello di Fogg
 - 4) Il modello win win di Covey
 - 5) La gestione dello stress
- Modulo 10 - Leadership Strategica
- 1) Il processo di leadership - Modello di P. Kotter
 - 2) I Nudge: i pungoli della leadership - lo schema Taleb
 - 3) Resilienza ed Antifragilità - il modello di N.Taleb
 - 4) Agilità - il modello di S. David
 - 5) La Leadership Agile

Metodi didattici

Il percorso prevede attività in aula, action learning, case studies, coaching. Questa combinazione è disegnata per favorire la sperimentazione dei concetti appresi, il learning by doing e l'assessment interattivo.

I metodi didattici includono:

- lezioni frontali o in e-learning, con l'ausilio di strumenti multimediali;
- analisi e discussione collettiva di case studies;
- analisi e discussione collettiva di articoli e saggi.

E' altamente raccomandata la frequenza del corso, perché i metodi didattici si basano sull'interazione fra docente e studenti e la loro efficacia è rafforzata dall'esperienza diretta.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La prova di fine corso può essere strutturata con: domande aperte; esercizi; domande a risposta multipla; commento di un articolo tratto da un quotidiano o magazine nazionale o internazionale o da un saggio internazionale sulle tematiche affrontate durante il corso.

Testi di riferimento

Frequentanti:

Testi consigliati: Dispensa online del Docente ed articoli di attualità

- R. Heifetz /M. Linsky, A. Grashow, La pratica della Leadership adattiva, FrancoAngeli
- J. Maxwell, i 5 livelli della Leadership, Ed. Gribaudo
- D. Goleman, Leadership emotiva, Bur
- D. Goleman, Essere Leader, Bur
- S. Covey, L'ottava regola, FrancoAngeli
- S. Frasccheri, Le soft skills del manager, FrancoAngeli
- J. Adair, Sviluppare capacità di leadership, FrancoAngeli
- K. Murray, Il linguaggio del leader, TecnicheNuove
- F. Laloux, Reinventare le organizzazioni, GueriniNext

Non frequentanti: sarà concordata una selezione di letture obbligatorie dai testi consigliati o da altre fonti.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	3	SECS-P/10
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	SECS-P/10

Stampa del 22/11/2021

MANAGEMENT BY COACHING [MCOA_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: EMILIO PURSUMAL

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Presa di consapevolezza di:

- > Soft Skills
- > Il senso etico dell'impresa e delle organizzazioni
- > La scoperta del potenziale
- > L'autorealizzazione come obiettivo di vita e professionale
- > Il senso e le potenzialità della diversità umana e del gioco di squadra

Prerequisiti

Nozioni base di Gestione Aziendale

Contenuti del corso

Quali sono le competenze richieste ai futuri manager e imprenditori?

Complessità e dinamismo crescenti, tecnologia e digital challenge, sviluppo internazionale dei mercati, smart working e rivoluzioni dei modelli sociali spingono a considerare sempre più le cosiddette "soft skills", ovvero le capacità relazionali e comportamentali, l'attitudine alla leadership, al project management, alla motivazione e al lavoro in team come abilità essenziali attraverso le quali riorganizzare le competenze tecniche e tutte le attività delle imprese, grandi o piccole che siano, private o pubbliche, profit e no profit.

Il Coaching, come modello teorico a fondamento della felicità e dell'auto determinazione, e più ancora come approccio pratico allo sviluppo del potenziale umano attraverso l'ascolto attivo e la definizione di obiettivi e piani di azione, consente di "umanizzare" le proprie capacità tecniche e di restituire un senso profondo del perché del lavoro e dell'impegno della persona, con riguardo anche ai contesti organizzativi e di gruppo.

Questioni come l'innovazione collettiva o la motivazione del team o la coerenza fra mission, management e benessere personale al di là degli aspetti prettamente economici, assumono oggi una rilevanza fondamentale per la nascita delle start up e più ancora per lo sviluppo strategico delle imprese. Il Coaching con il suo fondamento etico ed umanistico orientato ad un risultato "concreto" e raggiungibile, se desiderato, è effettivamente uno strumento di innovazione e accelerazione molto moderno e necessario per bilanciare il rischio attuale di modelli pratici di management e di marketing a volte troppo orientati su algoritmi e tecnologia a discapito delle passioni e motivazioni dei singoli professionisti e dei team.

Il corso di "Management by Coaching" vuole offrire una prima introduzione alla teoria e al metodo del Coaching, in particolare del Coaching Umanistico applicato alle Imprese e alle Organizzazioni, proprio con l'intento di rimettere la risorsa umana al centro delle imprese e dei loro servizi. Particolare attenzione sarà data alla discussione in aula e alla Comunicazione d'Impresa come terreno concreto di sfida del Coaching.

Metodi didattici

Lezioni frontali, ascolto e confronto comune, ricerca web, test e prove pratiche

Modalità di verifica dell'apprendimento

Confronto in aula sui vari temi trattati, stimolo all'analisi e al commento critico, Semplici esercizi e restituzioni

Testi di riferimento

"Scopri le tue potenzialità. E libera il tuo talento con il coaching umanistico"

Autore: Luca Stanchieri / Editore: Franco Angeli

> Spiritualità Cristiana e Coaching / Autori: Natale Brescianini e Alessandro Pannitti / Edizioni La Parola

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	3	SECS-P/07
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	SECS-P/07

Stampa del 22/11/2021

MANAGEMENT CONSULTING [MCON_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: GIOVANNI BATTISTA DAGNINO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Il corso è teso a sviluppare le conoscenze e le competenze avanzate di problem solving strategico e gestione dei processi decisionali che manager e consulenti aziendali tipicamente affrontano nel supporto alle attività delle imprese che operano in contesti locali e globali.

Obiettivo dell'insegnamento è offrire allo studente gli strumenti concettuali e operativi sottesi alla consulenza manageriale tali da consentirgli lo sviluppo di un pensiero critico, e anche la capacità di discernere la problematica in cui è chiamato a intervenire, e ad adottare i più idonei modelli e tecniche di consulenza e di problem solving strategico.

A tale scopo, si prevede il coinvolgimento attivo di 4-5 imprese del territorio che presentano una problematica concreta e attinente alla loro attività imprenditoriale e a cui lo gli studenti saranno chiamati a risolvere entro la durata del corso.

Contenuti del corso

Italiano: Il concetto di consulenza manageriale – il business della consulenza – tipologie di consulenza manageriale – La relazione cliente-consulente – Il ciclo di vita della consulenza – Approcci di consulenza, metodi e strumenti – le competenze e le skill per l'attività di consulenza– La gestione di una consulenza manageriale – le problematiche collegate alla consulenza manageriale – l'etica della consulenza – la carriera in consulenza.

Metodi didattici

Lezione teorica cd. frontale, e testimonianze aziendali, presentazioni

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: Prova di fine corso con un lavoro gruppo/progetto in merito a un caso aziendale assegnato.

L'esame orale è diretto ad accertare:

- il grado di conoscenza del programma d'esame;
- la comprensione delle dinamiche inerenti la disciplina;
- la padronanza del linguaggio e la capacità d'uso degli strumenti logici e applicativi.

La valutazione sarà espressa in trentesimi. Per i frequentati potrebbe essere previsto lo svolgimento di una prova scritta a margine dell'insegnamento. Sia lo svolgimento della prova scritta, sia le sue modalità, che le modalità di svolgimento dell'esame potranno essere soggette a modifica in virtù delle possibili evoluzioni dei protocolli di sicurezza anti-Covid. Durante il corso saranno fornite in maniera tempestiva e dettagliata tutte le informazioni necessarie per affrontare in maniera consapevole la prova di esame.

Testi di riferimento

O'Mahoney, J., & Markham, C. (2013). Management Consultancy. Oxford University Press.

Materiale a cura del docente

Lecture consigliate:

Block, P. (2011). Flawless consulting: A guide to getting your expertise used. John Wiley & Sons.

Kubr, M. (2002). Management consulting: A guide to the profession. International Labour Organization.

Newton, R. (2012). Il consulente aziendale. Come dominare l'arte della consulenza. Franco Angeli.

Schein, E. H. (2001). La consulenza di processo: come costruire le relazioni d'aiuto e promuovere lo sviluppo organizzativo. Raffaello Cortina.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-P/08

Stampa del 22/11/2021

OPERAZIONI E BILANCI STRAORDINARI [OBSTR_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: ANTONIO COGLITORE

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Gli obiettivi formativi sono i seguenti da perseguire sono i seguenti:

- Imparare a conoscere il sistema aziendale nella sua fase ordinaria per valutare le argomentazioni che conducono l'imprenditore ad effettuare una operazione straordinaria;
- Conoscere gli effetti giuridici di una operazione straordinaria e valutarne la coerenza rispetto alla scelta dell'imprenditore;
- Conoscere le tecniche contabili e di redazione dei bilanci straordinari;
- Conoscere gli effetti fiscali delle operazioni straordinarie sia nella fase di effettuazione che a regime;
- Valutare gli impatti operativi di una operazione straordinaria in relazione ai cambiamenti di natura gestionale, contabile fiscale e giuridica rivenienti.

Prerequisiti

Conoscenza delle tecniche di redazione del bilancio d'esercizio.

Conoscenza delle principali norme riguardanti la tassazione delle imprese.

Conoscenza delle tecniche di contabilità generale.

Contenuti del corso

Il corso affronta il tema delle operazioni straordinarie aziendali e dei bilanci che fotografano un momento di importante passaggio da un tipo di gestione aziendale ad un altro di un soggetto giuridico.

Le operazioni sono nelle varie forme;

- Liquidazione;
- Trasformazione;
- Cessione;
- Conferimento;
- Scissione;
- Fusione.

Il corso pertanto approfondirà i temi connessi agli aspetti tecnico giuridici delle operazioni straordinarie, le tecniche di redazione dei bilanci straordinari, le conseguenze gestionali sulle aziende.

Verranno quindi in particolare trattati per ogni singola tipologia di operazione straordinaria:

- La due diligence quale strumento di valutazione preliminare;
- I criteri di valutazione adottati per le perizie obbligatorie nelle operazioni straordinarie
- La scelta dell'impresa di modificare l'assetto giuridico;
- Gli obblighi ed adempimenti civilistici e gli effetti giuridici delle operazioni straordinarie;
- Le impostazioni contabili;
- Le tecniche di redazione dei bilanci straordinari;
- Gli aspetti fiscali;
- Gli aspetti gestionali ed economico aziendali alle operazioni straordinarie;
- La gestione delle criticità operative connesse alle operazioni straordinarie.

Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni dirette e mediante la creazione di gruppi di studio per la realizzazione di progetti operativi.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Prove scritte, esame orale, valutazione dei progetti realizzati in itinere.

Testi di riferimento

Trasformazione, fusione, conferimento, scissione e liquidazione delle società. Aspetti civilistici, contabili e fiscali delle operazioni straordinarie di Marco Confalonieri Edizione – il Sole 24 ore;

Materiale didattico e teaching notes a cura del docente.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/07

Stampa del 22/11/2021

POLITICHE E PROGRAMMAZIONE EUROPEE [PPEU_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: ENRICO CAMILLERI

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Il corso si propone di approfondire la dinamica dei fondi strutturali dell'Unione Europea e il loro contributo allo sviluppo dei paesi membri. Verranno esaminati nel dettaglio i principali regolamenti comunitari sui fondi e i principali documenti di programmazione della politica di coesione. Inoltre verranno studiati gli effetti dei programmi comunitari secondo quanto evidenziato dai principali studi di valutazione a livello nazionale. Si analizzerà il contributo di tali fondi al processo di integrazione europea.

Prerequisiti

Conoscenza della lingua inglese, Politica Economica

Contenuti del corso

Italiano: il corso vuole fornire allo studente le informazioni principali sui meccanismi istituzionali e di funzionamento dell'Unione Europea, con particolare attenzione a ruoli e compiti delle principali istituzioni comunitarie (Commissione Europea, Parlamento Europeo, Consiglio Europeo, Banca Centrale Europea, Banca Europea degli Investimenti, Meccanismo Europeo di Stabilità, etc.), sia in generale sia per i vari temi di interesse e competenza diretta dell'UE. Ampio rilievo verrà dato alle strategie di sviluppo dell'UE e al finanziamento tramite fondi a gestione diretta ed indiretta per le politiche di coesione. Verrà esaminato il processo di formazione delle priorità di investimento dell'UE ed i programmi operativi per la programmazione 2014 – 2020 e le basi della trattazione per il periodo 2021 -2027. Verranno analizzati in profondità i meccanismi di funzionamento dei fondi SIE. Verranno approfondite le tematiche nazionali e regionali. Una parte rilevante del corso sarà incentrata sugli strumenti di finanziamento europei: fondi strutturali, fondi a gestione diretta, finanziamenti alla cooperazione e lo sviluppo. Verranno esaminati i principali regolamenti in materia di aiuti di stato.

Verranno illustrati gli strumenti di risposta comunitaria per la crisi economica generata dalla pandemia da Covid 19, quali NextGeneration EU e la sua declinazione nazionale (PNRR). Verranno introdotti elementi di progettazione comunitaria e saranno effettuati dei case studies sulla programmazione comunitaria (es. la costruzione di un PO, la redazione delle Relazioni Annuali per la Commissione) e progettazione comunitaria (case study su presentazione di domande di agevolazione su fondi diretti e indiretti dell'UE).

Metodi didattici

Lezione frontale e case study

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: La verifica consta di una prova orale. Nella valutazione verranno premiate la dimostrazione di padronanza dei concetti, la capacità di correlare gli argomenti, la capacità di adattare ai temi e problemi proposti i riferimenti concettuali più appropriati.

Testi di riferimento

Santaniello, R. Capire l'Unione europea. Politiche, diritto, economia. Il Mulino, 2016

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/01

Stampa del 22/11/2021

POLITICHE FINANZIARIE DI IMPRESA [PFIMP_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: LIDIA NOTO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Il presente modulo mira a formare gli studenti sulla gestione della finanza aziendale, affrontando i principali temi della corporate finance: l'analisi finanziaria in ottica di gestione del rischio, la valutazione dell'azienda e degli investimenti, la scelta della struttura finanziaria

Prerequisiti

Conoscere le nozioni base per la lettura e l'analisi dei bilanci aziendali; conoscere le nozioni di base di matematica finanziaria (interesse, montante, sconto, valore attuale); conoscere i concetti base del diritto privato: contratti e obbligazioni e del diritto commerciale

Contenuti del corso

Italiano:

- Compiti ed evoluzione della funzione finanziaria nelle imprese
- La valutazione d'azienda: principi e metodi di valutazione
- Gli investimenti: definizioni e modalità differenti di classificazione. Analisi dei criteri alternativi per la valutazione di convenienza economica degli investimenti.
- Le scelte di finanziamento delle organizzazioni: profili di analisi e principi ispiratori della struttura finanziaria.
- La gestione del rischio finanziario (cenni)

Metodi didattici

Lezioni frontali, casi di studio, esercitazioni

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: Progetto di gruppo e prova orale. La valutazione sarà espressa in trentesimi.

Testi di riferimento

Corbella, Liberatore, Tiscini (a cura di) Manuale di valutazione d'azienda, McGraw-Hill Education, 2020. Materiali di supporto alla didattica saranno forniti dal docente durante il corso

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/09

Stampa del 22/11/2021

RESPONSABILITA' E RENDICONTAZIONE SOCIALE [RRSOC_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: SERGIO PATERNOSTRO

Periodo: Secondo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano:

Attraverso lo svolgimento del corso, gli studenti acquisiranno le nozioni basilari relative alla comprensione e all'analisi delle relazioni tra azienda e società che permettono di progettare e implementare strategie di responsabilità sociale in ogni tipologia aziendale, nonché sistemi di rendicontazione sociale.

Attraverso lo svolgimento del corso gli studenti acquisiranno anche consapevolezza circa i concetti e gli strumenti che sono rilevanti per analizzare, interpretare e comprendere i principali dilemmi etici che ogni manager deve affrontare nella sua attività manageriale.

Prerequisiti

Conoscenza dei principi base dell'Economia Aziendale e della Contabilità e Bilancio

Contenuti del corso

Italiano:

Il corso tratterà principalmente i seguenti argomenti:

- Azienda e persona umana
- Responsabilità Sociale delle aziende (CSR): differenti approcci
- Csr e sostenibilità
- Un approccio strategico alla CSR
- L'approccio stakeholder
- Successo, valore e performance
- Rendicontazione sociale: aspetti teorici
- Rendicontazione sociale: linee guida di riferimento
- Integrated Reporting: un nuovo approccio all'accountability?
- Tematiche speciali

Durante il corso verranno proposti casi aziendali di studio e testimonianze relative ad esperienze pratiche

Metodi didattici

Lezioni frontali, casi studio e testimonianze di esperti. La modalità di erogazione delle lezioni, in presenza, mista o a distanza seguirà le indicazioni dettate dagli organi di Ateneo e di Dipartimento.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano:

Prova orale. Per i frequentanti il corso potranno essere proposte delle prove intermedie. La valutazione sarà espressa in trentesimi. Sia lo svolgimento delle prove intermedie, sia la loro modalità, che le modalità di svolgimento dell'esame potranno essere soggette a modifica in virtù delle possibili evoluzioni dei protocolli di sicurezza. Durante il corso saranno fornite in maniera tempestiva e dettagliata tutte le informazioni necessarie per affrontare in maniera consapevole la prova di esame

Testi di riferimento

Ballucchi F. e Furlotti K. La responsabilità sociale delle imprese: un percorso verso lo sviluppo sostenibile. Profili di governance e accountability, Giappichelli, 2019. Per i seguenti capitoli: 1.2, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, da 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 6.1, 6.2, 8.2, 8.3, 9.2, 9.3, 9.4

Perrini F., Sostenibilità, Egea, 2018. Per i seguenti capitoli: 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.4, 2.,5, 3.3, 3.4, 3.5, 4.3, 4.4, 4.5, 5 (tutto il capitolo), 6 (tutto il capitolo),

Durante il corso saranno forniti ulteriori materiali didattici a cura del docente

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-P/07
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-P/07

Stampa del 22/11/2021

SISTEMI DI MISURAZIONE DELLA PERFORMANCE [SMPER_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: LIDIA NOTO

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Italiano: Il presente modulo mira a studiare e analizzare criticamente i sistemi di misurazione della performance aziendale e del settore pubblico. Il corso offre agli studenti una panoramica sullo stato dell'arte nel campo per poi focalizzarsi sulle criticità di implementazione dei sistemi di valutazione della performance. L'utilizzo di un approccio globale al controllo strategico fornisce agli studenti una competenza specifica rispetto alla pianificazione, l'implementazione e l'utilizzo dei sistemi di misurazione della performance.

Prerequisiti

Nozioni di economia aziendale. Analisi di bilancio.

Contenuti del corso

Italiano:

- I sistemi di pianificazione e controllo strategico nel settore privato
- Modelli di business e strutture di costo
- I sistemi di misurazione delle performance: requisiti, implementazione, indicatori, controllo ed evoluzione
- Definizione degli obiettivi e processo di budgeting
- Le proposte dottrinali più significative:
 - Il Tableau de Bord
 - Lo SMART Model
 - La Balanced Scorecard e la Mappa Strategica
 - L'Intangible Asset Monitor
 - Il Performance Prism

Metodi didattici

Lezioni frontali, casi di studio, esercitazioni

Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: Prova scritta (esercizi, domande aperte e chiuse) e prova orale. La valutazione sarà espressa in trentesimi. Sono previste prove intermedie facoltative.

Testi di riferimento

Caglio A., Ditiello A., Morelli M., Misurare e gestire le performance. Strumenti e modelli per monitorare i risultati, EGEA, 2020.

<http://www.egeaeditore.it/ita/prodotti/amministrazione-e-controllo/misurare-e-gestire-le-performance.aspx>

Cugini et al., Strategia, azioni, misure, Modelli di successo di performance management per le imprese italiane,

2016, EGEA <https://www.egeaonline.it/ita/prodotti/amministrazione-e-controllo/strategia-azioni-misure.aspx>

Materiali di supporto alla didattica saranno forniti dal docente durante il corso

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	9	SECS-P/07
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	9	SECS-P/07

Stampa del 22/11/2021

STATISTICA ECONOMICA [SECO_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: GIUSEPPE NOTARSTEFANO, GIUSEPPE TERZO

Periodo: Primo Ciclo Semestrale

Obiettivi formativi

Lo studente dovrà sapersi orientare nella ricerca di informazioni economiche con particolare attenzione ai dati statistici.

Lo studente conosce e sa utilizzare le nuove fonti di informazione economica e statistica

Lo studente conosce ed utilizza diversi metodi di produzione e trattamento statistico dei dati economici.

Lo studente sa utilizzare ed interpretare modelli semplici e complessi attraverso tecniche multivariate.

Lo studente sa applicare i metodi statistici attraverso la loro implementazione nei più diffusi pacchetti applicativi.

Lo studente sa utilizzare i metodi statistici nei principali campi di applicazione economica e aziendale, con particolare attenzione alla valutazione dello sviluppo e della sostenibilità, all'analisi della produttività e dell'efficienza e alla gestione dei processi aziendali.

Prerequisiti

Statistica per l'economia (corso base di Statistica).

Utilizzo di pacchetti applicativi per l'analisi dei dati (Excel).

Contenuti del corso

L'obiettivo del corso consiste nell'acquisizione degli strumenti di base dell'analisi statistica applicata all'analisi dei fenomeni economici. Lo studente dovrà saper analizzare ed interpretare i dati economici, nonché misurare relazioni tra essi attraverso modelli statistici: a livello micro (imprese); meso (spaziale) e macro (contabilità nazionale). Una particolare attenzione sarà assegnata alle nuove tipologie di i dati.

Saranno altresì approfondite tecniche statistiche multivariate per l'analisi di fenomeni complessi.

Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni e laboratorio informatico. Sono previste 20 ore di esercitazioni integrative al corso.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La valutazione dell'apprendimento sarà articolata in tre fasi:

- Una prova intermedia attraverso lavoro di gruppo che dovrà valutare la capacità di analisi ed interpretazione dei dati economici, nonché la comunicazione dei risultati attraverso report sintetici.
- Una prova scritta alla fine del corso composta da alcune domande a risposta chiusa (multiple choice) e alcuni esercizi.
- Un colloquio orale basato sulla discussione di un tema a scelta concordato con il docente.

Testi di riferimento

Alcuni testi consigliati sono che verranno utilizzati durante il corso sono:

G. Arbia (2018) Statistica, nuovo empirismo e società nell'era dei Big Data, Edizioni Nuova Cultura, Roma

E. Giovannini (2015) Le statistiche economiche, Il Mulino, Bologna.

Ulteriore materiale didattico verrà fornito dal docente durante il corso.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	6	SECS-S/03, SECS-S/03
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	6	SECS-S/03, SECS-S/03

Stampa del 22/11/2021

TEOLOGIA MORALE [TMOR_LM77]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: ANTONINO PARISI

Periodo: Ciclo Annuale Unico

Obiettivi formativi

In un itinerario di riflessione sistematica sui fondamenti della verità morale, con taglio antropologico all'interno di una prospettiva storico-teologica, obiettivo del corso è orientare alla comprensione delle strutture della decisione morale e delle categorie morali fondamentali.

L'attenzione viene rivolta all'uomo storico, alla sua dignità, al suo bagaglio di libertà e responsabilità morale, che costituiscono il cuore della dimensione dialogale della vita morale, il cui centro gravitazionale è rappresentato dalla coscienza.

Nella luce della rivelazione cristiana, in un'ottica specificamente teologica, viene posta in risalto la tensione verso la vita nuova che la proposta cristiana porta con sé, alla luce del confronto con i contesti vitali, sociali e culturali, contrassegnati da pluralità di opinioni, per una comprensione profonda e dinamica del fenomeno morale, concepito come impegno di risposta responsabile alla vocazione cristiana.

Contenuti del corso

La riflessione teologica è preceduta da una breve esplorazione delle istanze e delle questioni etico-filosofiche.

Nell'elaborazione dei contenuti il corso muove dai presupposti antropologici dell'agire morale, delineando la natura del bene morale, per poi orientare la riflessione, nell'orizzonte della rivelazione cristiana, al rapporto tra verità di fede e verità morale, ovvero tra mistero di Cristo e agire morale, alla coscienza come regola di moralità e come punto d'incontro tra libertà e legge morale, al rapporto tra opzione fondamentale e comportamenti concreti, al senso del peccato e al bisogno della conversione e alla dimensione ecclesiale della moralità cristiana. Oggetto di puntuale riflessione anche questioni di morale sociale e di bioetica.

Metodi didattici

Unitamente alle lezioni frontali e allo studio individuale, potranno prevedersi eventuali letture di approfondimento da concordare con il docente.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La valutazione complessiva attraverso un esame finale in forma di colloquio.

Testi di riferimento

GIOVANNI PAOLO II, Lettera enciclica Veritatis splendor;

A. PARISI, Capaci di Dio. Morale e pienezza di vita, Il Pozzo di Giacobbe, Trapani 2009 (capitoli I, II, VII e VIII);

C. ZUCCARO, Teologia morale fondamentale, Queriniana, Brescia 2013 (capitoli V, VI, VII e IX §1).

I non frequentanti aggiungeranno i capitoli I e II del manuale di C. Zuccaro

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	3	NN
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	NN

Stampa del 22/11/2021

TEOLOGIA TEMATICHE SPECIFICHE [TTSPEC_LM7]

Offerta didattica a.a. 2021/2022

Docenti: EMANUELE MASSIMO MUSSO

Periodo: Ciclo Annuale Unico

Obiettivi formativi

avviare e introdurre gli studenti a pensare e ad avvertire la "vicinanza" esistenziale e professionale di alcune tematiche inferenti la teologia morale e la dottrina sociale della Chiesa, tenuto conto del loro background formativo (giuridico-economico).

Contenuti del corso

- 1) I termini "morale" ed "etica": significato etimologico.
- 2) La scienza morale è "descrittiva" o "prescrittiva"? qual è il suo rapporto con la giurisprudenza?
- 3) Breve storia della teologia morale e della sua "connessione" con la giurisprudenza e l'economia.
- 4) Le fonti bibliche della teologia morale: sequela e/o imitazione di Cristo e la rilevanza giuridico-economica-artistica (includente la presentazione di alcune "rese" pittoriche delle parabole evangeliche) di alcuni racconti parabolici evangelici.
- 5) Breve storia del concetto di "legge naturale" e/o "giusnaturalismo": inattualità, crisi e suo ripensamento in chiave personalista.
- 6) Breve storia della dottrina sociale della Chiesa e presentazione sintetica dei suoi principi e della sua "ripercussione" sul diritto e sull'economia.
- 7) Breve storia del concetto di persona.

Metodi didattici

lezione frontale e gruppi di discussione

Modalità di verifica dell'apprendimento

esame orale

Testi di riferimento

Dispensa del docente.

S. Grasso, Gesù racconta la misericordia. Parabole dai Vangeli di Matteo e Luca, EDB, Bologna 2016.

Letture consigliate:

B. Sorge, Introduzione alla dottrina sociale della Chiesa, Queriniana, Brescia 2020.

Papa Francesco, Evangelii gaudium, 2013 (edito da vari "tipi" e consultabile su www.vatican.va).

Id. Fratelli tutti, 2020 (anche questo testo è edito da diverse case editrici ed è leggibile su www.vatican.va).

Per i testi evangelici si consiglia, per chi legge la lingua francese, la buona e originale traduzione con brevi ma chiarificanti note, dell'esegeta suora domenicana J. d'Arc, Les évangiles. Les quatre. Matthieu – Marc – Luc – Jean, Desclée de Brouwer, Paris 2011.

L'attività didattica è offerta in:

Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Professione e consulenza	3	NN
Corso di Laurea Magistrale	ECONOMIA E MANAGEMENT (2019)	Management	3	NN

Stampa del 22/11/2021